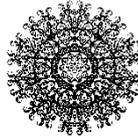




PENGUATAN UMKM MELALUI PELATIHAN LITERASI DIGITAL DI DUSUN BERAN, GEMARANG, MADIUN

¹Dhika Puspitasari, ²Yotamas Benta Dhika Pratama
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Madiun
[1dhikapuspitasari@unipma.ac.id](mailto:dhikapuspitasari@unipma.ac.id), [2dikaapratama00@gmail.com](mailto:dikaapratama00@gmail.com)



Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan dampak bagi semua sektor kehidupan dimasyarakat. Salah satu sektor yang mengalami dampak dari pandemi ini adalah sektor ekonomi. Pelaku UMKM sebagai bagian terpenting dari sektor ekonomi merasakan dampak nyata. Permasalahan yang dihadapi yaitu semakin menurunnya daya beli dari masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini memberikan dampak nyata berupa penurunan profit dan tingkat produksi. Keadaan tersebut juga dirasakan oleh pelaku UMKM jamu gendong di Dusun Beran Desa Gemarang Kecamatan Madiun. Para pelaku UMKM jamu gendong tersebut masih melakukan proses pemasaran produk secara tradisional. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilaksanakanlah pelatihan literasi digital yang dilaksanakan oleh tim pengabdian Universitas PGRI Madiun. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam kegiatan pelatihan ini meliputi: observasi lapangan, koordinasi dengan mitra, sosialisasi program, pelaksanaan kegiatan, serta monitoring dan evaluasi. Materi yang disampaikan dalam pelatihan ini yaitu pengenalan umum mengenai literasi digital, pengenalan platform e-commerce, dan langkah-langkah atau strategi yang dapat ditempuh oleh pelaku UMKM jamu gendong dalam pemasaran produk. Kegiatan ini berlangsung secara lancar dan diharapkan dapat menjadi bentuk nyata dalam pemberdayaan masyarakat di Dusun Beran Desa Gemarang Kabupaten Madiun.

Kata Kunci: *Penguatan UMKM, Pemberdayaan Masyarakat, Literasi Digital*

Abstract

The Covid-19 pandemic has had an impact on all sectors of life in society. One of the sectors experiencing the impact of this pandemic is the economic sector. UMKM as the most important part of the economic sector feel the real impact. The problem faced is the decreasing purchasing power of the public for the products offered. This has a real impact in the form of a decrease in profit and production levels. This situation was also felt by the perpetrators of the UMKM jamu gendong in the Beran Hamlet, Gemarang Village, Madiun District. The perpetrators of the UMKM jamu gendong are still carrying out the traditional product marketing process. Based on these problems, digital literacy training was carried out by the PGRI Madiun University service team. The steps taken in this training activity include: field observations, coordination with partners, program socialization, implementation



of activities, as well as monitoring and evaluation. The material presented in this training is a general introduction to digital literacy, introduction to e-commerce platforms, and steps or strategies that can be taken by UMKM jamu gendong in product marketing. This activity took place smoothly and is expected to be a real form of community empowerment in Beran Hamlet, Gemarang Village, Madiun Regency.

Keywords: *Strengthening UMKM, Community Empowerment, Digital Literacy*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 membawa perubahan atau dampak terhadap seluruh sektor kehidupan masyarakat di Indonesia. Salah satu sektor yang terdampak adalah sektor ekonomi. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan bagian dari sektor ekonomi yang merasakan dampak dari pandemi ini. Dampak yang dirasakan seperti penurunan penjualan, distribusi yang terhambat, penurunan produksi, dan sulitnya ketersediaan bahan baku. Hal ini tentu saja memunculkan kekhawatiran karena ketika UMKM yang notabene merupakan penggerak ekonomi domestik mengalami penurunan produksi, maka akan berakibat pada penurunan profit secara signifikan yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. Padahal sebelum terjadi pandemi, UMKM merupakan sektor yang memberikan sumbangan terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional¹. Hal tersebut berdasarkan data bahwa hampir 80% ekonomi Indonesia ditopang oleh konsumsi dalam negeri dan UMKM berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia mencapai 65% atau sekitar 2.394,5 triliun.²

Salah satu UMKM yang terdampak oleh pandemi ini adalah pelaku UMKM di Dusun Beran Desa Gemarang Kecamatan Gemarang Kabupaten Madiun. UMKM di Dusun Beran ini berupa produksi jamu *gendong*. Salah satu perintis UMKM ini yaitu Bu Parti yang telah memulai usahanya sejak tahun 1965. Varian jamu yang diproduksi pun beragam seperti kunir asem, beras kencur, jahe, temulawak, paitan, dan lain sebagainya.

¹ Veranita, M., Yusuf, R., Sahidin, Y., & ... (2021). Empowering UMKM Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Di Era New Normal (Literasi Media Digital Melalui Webinar): Literasi Media Digital melalui Webinar. *Jurnal Pengabdian*
<http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/Jabdinas/article/view/585>

²Hardilawati, W. lura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*.
<http://www.ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae/article/view/1934>



UMKM jamu gendong ini termasuk UMKM unggulan di Dusun Beran tersebut. Sebagai UMKM unggulan, seharusnya proses pemasaran pun juga mengikuti perkembangan pasar, tetapi pada kenyataan proses pemasaran masih bersifat tradisional. Jamu gendong ini hanya diperjualbelikan di pasar-pasar di lingkup Kecamatan Gemarang Kabupaten Madiun. Pada masa pandemi ini, hal tersebut tentunya berdampak pada profit yang didapatkan karena adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Pada saat PPKM tersebut, pasar-pasar tradisional di Kecamatan Gemarang menjadi sepi pembeli sehingga angka penjualan jamu gendong ini pun mengalami penurunan.

Berangkat dari permasalahan yang dihadapi oleh UMKM jamu gendong di Dusun Beran tersebut maka dibutuhkan adanya inovasi dalam proses pemasaran. Inovasi yang dapat dijadikan solusi dari permasalahan tersebut yaitu adanya penguatan melalui pelatihan literasi digital bagi pelaku UMKM jamu gendong. Literasi digital merupakan sebuah konsep yang mengarah pada mediasi antara teknologi dan khalayak atau user untuk mempraktikkan teknologi digital secara produktif.³ Sedangkan menurut UNESCO, literasi digital merupakan kemampuan menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi dengan kecakapan kognitif, etika sosial emosional, dan aspek teknis atau teknologi.⁴ Pelatihan literasi digital ini merupakan hal yang sangat penting karena pada masa pandemi ini pemanfaatan media digital untuk pembelian online semakin meningkat.

Berdasarkan hal-hal yang telah disampaikan maka diperlukan adanya pelatihan literasi digital bagi pelaku UMKM jamu gendong di Dusun Beran Desa Gemarang Kecamatan Gemarang Kabupaten Madiun. Harapannya melalui pelatihan ini pelaku UMKM jamu gendong mendapatkan peningkatan pengetahuan literasi digital, sehingga dapat memanfaatkan teknologi digital untuk merintis bisnis jamu gendong melalui media sosial ataupun media digital. Adapun peserta dalam pelatihan ini

³ Kurnia, N., & Astuti, S. I. (2017). Peta gerakan literasi digital di Indonesia: Studi tentang pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran dan mitra. In *Informasi*. scholar.archive.org. https://scholar.archive.org/work/phcxfbeyjamzk53acv2h6n2ku/access/wayback/https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/viewFile/16079/pdf_1

⁴ Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Gunahumas*. <https://ejournal.upi.edu/index.php/gunahumas/article/view/28380>



merupakan pelaku UMKM jamu Gendong, Karang Taruna Krida Muda, dan Komunitas Ge-Jek. Karang taruna Krida Muda dan Komunitas Ge-Jek merupakan sebuah komunitas yang beranggotakan generasi muda di Dusun Beran yang mempunyai semangat dan memiliki peran besar dalam memajukan UMKM jamu gendong tersebut.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini yaitu menggunakan pendekatan *Aset Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ABCD merupakan suatu konsep pengembangan masyarakat yang didasarkan pada aset lokal yang terdapat di suatu wilayah.⁵ Wilayah tersebut memiliki aset yang kemudian dapat dikembangkan sehingga dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di daerah tersebut. Sedangkan menurut Samsuri dan Vadhila, pendekatan ABCD merupakan sebuah pendekatan dalam pengabdian kepada masyarakat dengan melihat serta mengetahui kekuatan dan aset yang ada untuk mewujudkan masyarakat yang berdaya. Aset yang dimiliki dan program yang berkelanjutan merupakan modal besar dalam melakukan perubahan agar tercapai perbaikan dalam suatu wilayah.⁶ Adapun aset lokal yang dimaksud dalam pengabdian ini yaitu pelaku UMKM jamu gendong, Karang Taruna Krida Muda dan Komunitas Ge-Jek.

Green dan Haines menyebutkan bahwa terdapat tujuh modal yang dapat dikembangkan dalam pendekatan ABCD.⁷ Ketujuh modal tersebut yaitu: 1) modal fisik (*physical capital*) yang terdiri dari bangunan dan infrastruktur; 2) modal finansial (*financial capital*) yang berupa dukungan keuangan; 3) modal lingkungan (*environmental capital*) berupa potensi alam; 4) modal teknologi (*technological capital*) yang berupa teknologi digital; 5) modal manusia (*human capital*) yang berupa sumber daya manusia; 6) modal sosial (*social capital*) yang berupa perilaku; dan 7) modal spiritual (*spiritual capital*) yang

⁵Wulandari, R. W., & Maryani, N. (2020). Peningkatan Keterampilan Guru SMA Terbuka Melalui Pelatihan Pembuatan E-Media. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian* <https://ojs.unida.ac.id/QH/article/view/2557>

⁶Samsuri, A., & Vadhila, U. (2021). PENDEKATAN ABCD UNTUK MENINGKATKAN LITERASI DI MADRASAH. *Buletin Abdi Masyarakat*. <http://www.journal.stie-yppi.ac.id/index.php/bam/article/view/344>

⁷Green, G. P., & Haines, A. (2015). *Asset building & community development*. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=hZzCBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=asset+building+community+development&ots=cjbyqKpn87&sig=0iP2aajsF4vZakj3Sjpa6ZtJEIk>



berupa pemberian bantuan empati, perhatian, dan kasih sayang. Modal dalam pendekatan ABCD yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah modal teknologi dan modal manusia. Sedangkan langkah-langkah program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu: 1) observasi lapangan, 2) koordinasi dengan mitra, 3) sosialisasi program, 4) pelaksanaan program, dan 5) monitoring dan evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dusun Beran merupakan salah satu dusun yang terletak di Desa Gemarang Kecamatan Gemarang Kabupaten Madiun. Berdasarkan survei yang dilakukan terdapat pelaku UMKM di dusun tersebut yang tingkat produksinya tinggi. Produk yang dihasilkan berupa jamu gendong dengan berbagai varian seperti beras kencur, jahe, kunir asem, dan lain sebagainya. Pada masa pandemi covid-19 ini, pelaku UMKM jamu gendong di Dusun Beran tersebut juga merasakan dampaknya. Dampak yang dirasakan berupa menurunnya pembelian dari konsumen sehingga mengakibatkan penurunan profit dan penurunan produksi. Hal tersebut dikarenakan proses pemasaran yang masih bersifat tradisional. Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan adanya pelatihan literasi digital agar para pelaku UMKM jamu gendong mengenal proses pemasaran produk melalui media digital ataupun media sosial. Adapun langkah-langkah dalam pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan pada Jumat, 4 Februari 2022. Observasi lapangan ini bertujuan untuk mengamati kondisi atau situasi yang ada di UMKM Dusun Beran. Observasi ini dilaksanakan di rumah produksi jamu gendong. Berdasarkan hasil observasi awal didapatkan data bahwa pelaku UMKM jamu gendong di Dusun Beran tersebut berjumlah tiga. Bahan baku dari jamu gendong tersebut merupakan salah satu Produk Unggulan Daerah (PDU). Selain itu berdasarkan observasi lapangan ini, didapatkan data bahwa pelaku UMKM jamu gendong pada umumnya masih memasarkan produknya secara tradisional. Hasil observasi lapangan diuraikan pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil observasi terhadap pelaku UMKM Jamu Gendong

No	Pertanyaan	Hasil
1	Apakah pandemi memberikan dampak buruk bagi pelaku UMKM jamu gendong?	Pandemi Covid-19 memberikan dampak buruk bagi pelaku UMKM. Hal ini ditunjukkan dengan adanya penurunan pembelian yang mengakibatkan penurunan profit dan produksi
2	Apa yang Anda lakukan untuk mengatasi dampak buruk pandemi covid-19?	Para pelaku UMKM jamu gendong mengatasi dampak buruk pandemi dengan cara mengalihkan proses pemasaran dengan cara <i>door to door</i> .
3	Apakah Anda menggunakan media digital untuk proses pemasaran produk UMKM?	Para pelaku UMKM sebagian besar telah memiliki ponsel. Pemasaran yang dilakukan melalui ponsel tersebut yaitu dengan aplikasi Whatsapp, tetapi hanya sebatas pada kegiatan penerimaan pembelian dari konsumen. Jadi, tidak ada kegiatan mempromosikan atau menawarkan produk jamu gendong tersebut.
4	Apakah Anda mengenal platform e-commerce?	Para pelaku UMKM jamu gendong sebagian besar belum mengenal platform e-commerce. Media digital yang digunakan oleh pelaku UMKM jamu gendong hanya sebatas whatsapp dan SMS.
5	Menurut Anda, apakah pemasaran melalui media digital perlu dilakukan di masa pandemi seperti ini?	Para pelaku UMKM jamu gendong setuju bahwa perlu adanya inovasi dalam proses pemasaran. Selain itu, mereka juga sangat antusias apabila ada

		pelatihan penggunaan media digital sebagai inovasi dalam proses pemasaran jamu gendong.
--	--	---

2. Koordinasi dengan mitra

Kegiatan koordinasi ini dilakukan tidak hanya dengan mitra yaitu para pelaku UMKM jamu gendong, tetapi dengan pihak-pihak tertentu yang berada di Dusun Beran tersebut. Pihak-pihak lain yang menjadi mitra dalam kegiatan ini yaitu karang taruna krida muda, komunitas ge-jek, dan pengurus Desa Gemarang. Hasil koordinasi dengan mitra dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil koordinasi dengan Mitra

No	Mitra	Tanggal dan tempat koordinasi	Hasil
1	Pelaku UMKM jamu gendong	Tanggal: Minggu, 6 Februari 2022 Waktu: 08.00-12.00 WIB Tempat: rumah produksi UMKM jamu gendong	Koordinasi dengan mitra dilakukan oleh pelaksana pengabdian. Kegiatan koordinasi ini berkaitan dengan waktu pelaksanaan pelatihan literasi digital serta peralatan apa saja yang harus dipersiapkan dalam mengikuti pelatihan tersebut.
2	Karang Taruna Krida Muda	Tanggal: Rabu, 9 Februari 2022 Waktu: 15.00-17.00 WIB Tempat: Balai Desa Gemarang	Koordinasi dengan karang taruna dberkaitan dengan jadwal pelaksanaan pelatihan literasi digital. Selain itu juga berkoordinasi mengenai hal-hal yang dapat

			dilakukan oleh anggota karang taruna untuk membantu proses pemasaran produk UMKM jamu gendong.
3	Komunitas Ge-Jek	Tanggal: Rabu, 9 Februari 2022 Waktu: 15.00-17.00 WIB Tempat: Balai Desa Gemarang	Komunitas Ge-Jek merupakan komunitas yang beranggotakan generasi muda di Desa Beran yang memiliki semangat yang kuat untuk mendukung kemajuan UMKM. Koordinasi yang dilakukan oleh pengabdian terhadap komunitas Ge-Jek yaitu tentang jadwal pelaksanaan kegiatan. Selain itu, juga berkoordinasi mengenai hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh komunitas Ge-Jek untuk mendukung kemajuan UMKM jamu gendong.
4	Kepala desa dan perangkat Desa Beran Kecamatan Gemarang Kabupaten Madiun	Tanggal: Rabu, 9 Februari 2022 Waktu: 15.00-17.00 WIB Tempat: Balai Desa Gemarang	Koordinasi dengan kepala dan perangkat desa terkait hal-hal teknis pada saat penyelenggaraan pelatihan literasi digital.



3. Sosialisasi program

Sosialisasi program bertujuan untuk memberikan informasi kepada mitra mengenai proses pelaksanaan kegiatan pelatihan literasi digital. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan pada Senin, 14 Februari 2022. Pengabdian memberikan sosialisasi kepada mitra kegiatan yaitu pelaku UMKM jamu gendong, karang taruna krida muda, komunitas Ge-Jek, serta kepada kepala desa dan perangkat desa. Sosialisasi ini memberikan informasi mengenai waktu kegiatan, tempat pelaksanaan kegiatan, susunan acara, serta peralatan yang harus dipersiapkan dan dibawa oleh peserta pelatihan.

4. Pelaksanaan program

Pelaksanaan program pelatihan literasi digital ini dilaksanakan pada Sabtu, 19 Februari 2022 pukul 09.00-12.00 WIB di tempat sekretariat mahasiswa KKN yang terletak di Dusun Beran Desa Gemarang Kecamatan Gemarang Kabupaten Madiun. Materi dalam pelatihan tersebut disampaikan oleh tim dosen dan mahasiswa dari Universitas PGRI Madiun. Materi pertama berupa penjelasan awal mengenai literasi digital. Setelah itu dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai upaya yang dapat dilakukan pelaku UMKM jamu gendong, anggota karang taruna krida muda, maupun anggota komunitas Ge-Jek dalam membantu pemasaran jamu gendong melalui akun media sosial. Pada materi ini disampaikan beberapa akun media sosial yang dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran yaitu group whatsapp, instagram, dan facebook. Selain itu juga disampaikan materi mengenai cara menjadi anggota dalam toko online atau platform e-commerce seperti tokopedia, bukalapak, shopee, dan lain-lain. Materi kedua pada pelatihan literasi digital ini berkaitan dengan strategi pemasaran yang harus dilakukan dalam pemasaran menggunakan media digital ataupun media sosial. Adapun hal-hal yang harus dilakukan dalam strategi pemasaran tersebut yaitu:

- 1) Menyiapkan profil produk semenarik mungkin dalam pemasaran secara digital. Dalam hal ini, pengabdian memberikan materi mengenai bagaimana cara membuat tampilan foto semenarik mungkin. Selain itu, pengabdian juga memberikan desain stiker label nama produk jamu gendong yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM di Dusun Beran tersebut. Materi mengenai cara membuat kemasan yang menarik untuk produk jamu gendong juga disampaikan oleh pengabdian.

- 2) Memanfaatkan fitur google maps. Pada materi ini pengabdian menjelaskan bagaimana cara menambahkan alamat rumah produksi UMKM jamu gendong pada aplikasi tersebut. Selain itu, juga disampaikan bagaimana cara menambahkan foto produk jamu gendong serta deskripsi mengenai produk tersebut. Keberadaan rumah produksi UMKM jamu gendong dalam aplikasi googlemaps ini sangat penting untuk pemasaran secara online. Calon pembeli dapat dengan mudah mencari alamat serta melihat deskripsi produk yang ditawarkan. Selain itu, aplikasi googlemaps merupakan aplikasi peta online yang sangat populer. Semua ponsel pintar memiliki aplikasi tersebut dan hampir seluruh perangkat GPS menggunakan google maps sebagai platform peta online.
- 3) Memasarkan produk melalui akun media sosial seperti facebook, instagram, dan grup whatsapp. Pada materi ini, pengabdian menyampaikan materi mengenai bagaimana cara mendaftarkan diri menjadi anggota akun media sosial tersebut. Sebagian besar pelaku UMKM jamu gendong sudah tidak asing dengan whatsapp, tetapi masih asing dengan instagram dan facebook. Pada kegiatan ini, para peserta pelatihan literasi mempraktikkan bagaimana membuat akun media sosial instagram dan facebook. Selain itu, juga mempraktikkan bagaimana membuat grup whatsapp sebagai sarana pemasaran jamu gendong tersebut.
- 4) Memasarkan produk melalui platform e-commerce. Pada materi ini, pengabdian mengenalkan beberapa platform e-commerce seperti Lazada, Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee. Selain itu, juga disampaikan materi bagaimana cara mendaftar pada platform e-commerce tersebut. Setelah penyampaian materi, para peserta langsung mempraktikkan untuk membuat akun pada platform e-commerce Shopee. Pada materi ini juga disampaikan bahwa platform e-commerce memiliki beberapa fitur dalam pengiriman produk seperti COD, ataupun pengiriman melalui jasa pengiriman.

Materi ketiga dalam pelatihan ini berupa penjelasan mengenai hambatan yang dapat terjadi dalam pemasaran melalui media digital serta solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut. Para peserta pelatihan literasi digital ini sangat antusias dalam mengikuti kegiatan. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya pertanyaan yang disampaikan pada sesi terakhir dari rangkaian kegiatan pelatihan yaitu



pada sesi tanya jawab. Sebagian peserta menanyakan mengenai teknis penggunaan aplikasi pada platform e-commerce.

5. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi pada rangkaian kegiatan pelatihan literasi digital ini dilakukan pada saat kegiatan dilaksanakan dan setelah pelaksanaan pelatihan. Pada saat pelaksanaan pelatihan kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan melalui sesi tanya jawab dengan para peserta. Sedangkan monitoring dan evaluasi yang dilakukan setelah pelaksanaan pelatihan yaitu pengecekan secara berkala pada platform e-commerce yang digunakan sebagai sarana pemasaran produk UMKM jamu gendong. Pengecekan secara berkala ini dilakukan oleh tim pengabdian serta dibantu oleh anggota Karang Taruna Krida Muda dan anggota komunitas Ge-Jek. Keberadaan generasi muda dalam Karang Taruna dan komunitas Ge-Jek tersebut sangat membantu dalam proses monitoring dan evaluasi. Hal yang dilakukan oleh para anggota komunitas tersebut adalah menjembatani proses monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan pelaku UMKM jamu gendong. Dari hasil monitoring dan evaluasi setelah pelaksanaan pelatihan para pelaku UMKM jamu gendong sudah lebih mahir dalam penggunaan aplikasi pada platform e-commerce. Selain itu apabila ada kendala teknis terkait dengan pemasaran produk, para pelaku UMKM jamu gendong langsung dibantu oleh generasi muda yang menjadi anggota Karang Taruna Krida Muda dan komunitas Ge-Jek.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan melihat keberadaan aset teknologi dan manusia yang dapat digunakan untuk mengatasi hambatan dalam proses pemasaran produk UMKM jamu gendong di dusun tersebut. Pengabdian ini dilakukan dengan beberapa langkah atau tahapan yaitu 1) observasi lapangan, 2) koordinasi dengan mitra, 3) sosialisasi program, 4) pelaksanaan program, dan 5) monitoring dan evaluasi. Pengabdian masyarakat ini memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM jamu gendong mengenai pentingnya literasi digital dalam proses pemasaran. Selain itu, pengabdian ini juga menjadi sarana bagi para pelaku UMKM jamu gendong untuk mempraktikkan secara langsung langkah-langkah atau strategi yang harus ditempuh dalam pemasaran produk UMKM Jamu Gendong.



DAFTAR PUSTAKA

- Green, G. P., & Haines, A. (2015). *Asset building & community development*. books.google.com.
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=hZzCBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=asset+building+community+development&ots=cjbyqKpn87&sig=0iP2aajsF4vZakj3SJpa6ZtJEIk>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*.
<http://www.ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae/article/view/1934>
- Kurnia, N., & Astuti, S. I. (2017). Peta gerakan literasi digital di Indonesia: Studi tentang pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran dan mitra. In *Informasi*. scholar.archive.org.
https://scholar.archive.org/work/phcxfbeyjjamzk53acv2h6n2ku/access/wayback/https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/viewFile/16079/pdf_1
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Gunahumas*.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/gunahumas/article/view/28380>
- Samsuri, A., & Vadhila, U. (2021). Pendekatan ABCD Untuk Meningkatkan Literasi di Madrasah. *Buletin Abdi Masyarakat*. <http://www.journal.stie-yppi.ac.id/index.php/bam/article/view/344>
- Veranita, M., Yusuf, R., Sahidin, Y., & ... (2021). Empowering UMKM Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Di Era New Normal (Literasi Media Digital Melalui Webinar): Literasi Media Digital melalui Webinar. *Jurnal Pengabdian*
<http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/Jabdimas/article/view/585>
- Wulandari, R. W., & Maryani, N. (2020). Peningkatan Keterampilan Guru SMA Terbuka Melalui Pelatihan Pembuatan E-Media. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian*
<https://ojs.unida.ac.id/QH/article/view/2557>